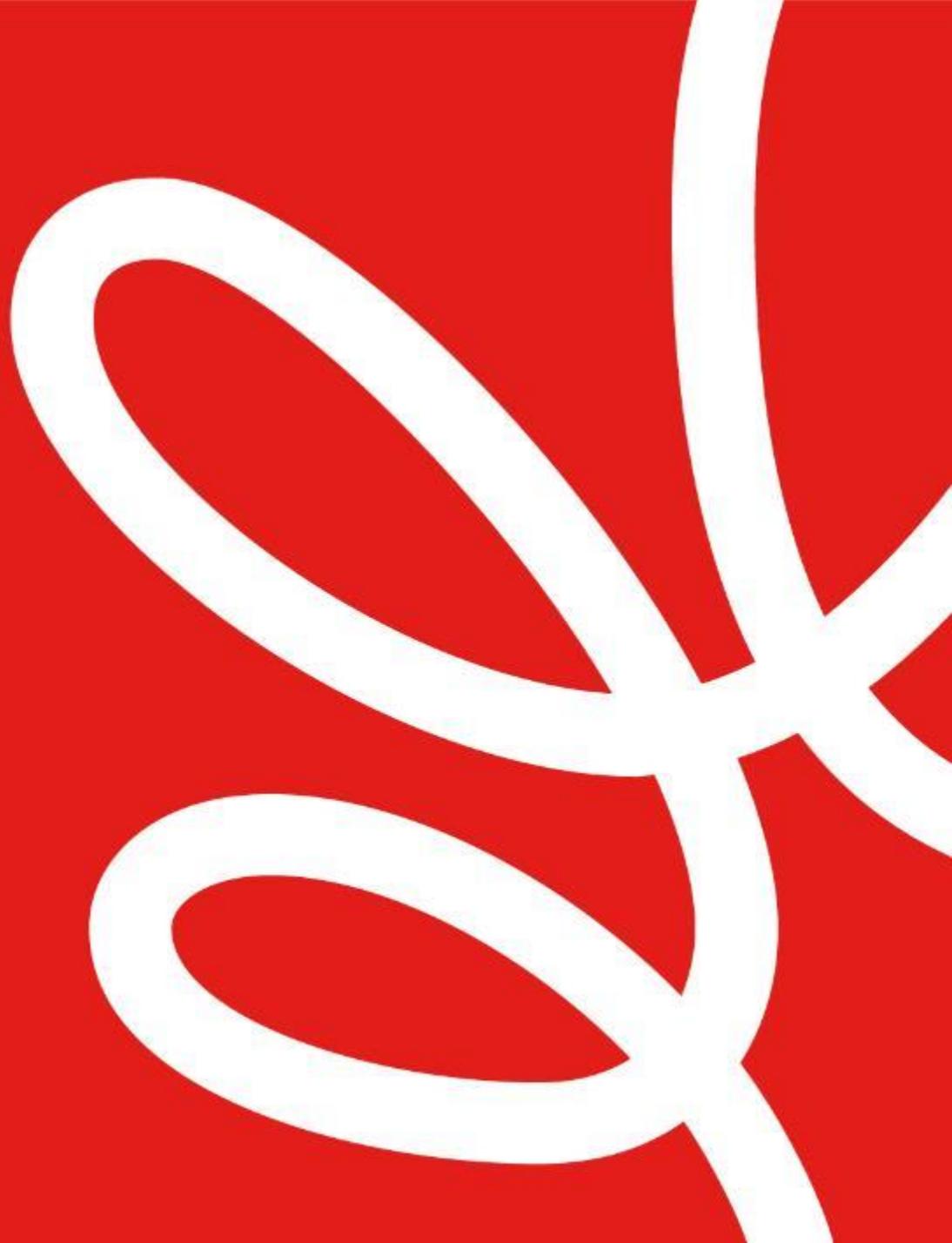


**Segmentación de
Clientes AP Venezuela
May-Ago 2022**

Septiembre 2022



Segmentación de clientes AP Venezuela por volumen de compra

Límite inferior y superior entre grupos en Kilos promedio mensual A PARTIR DE Kg totales (Periodo Mayo -Ago 22)					
	Promedio de compra mensual	Minimo	Máximo	Número de casos	Número de casos
VMuyBajo	88,82	0,03	275,40	28.676	64,08%
VBajo	778,50	275,41	2.327,66	12.161	27,18%
VMedio	4.992,36	2.327,67	12.200,17	2.765	6,18%
VAlto	20.318,93	12.200,18	41.222,86	440	0,98%
VmuyAlto	82.587,05	41.222,86 <		72	0,16%
ABA	11.165,30	0,50	488.900,00	634	1,42%
Total	1.067,84			44.748	

Límite inferior y superior entre grupos en Kilos promedio mensual A PARTIR DE Kg totales (Periodo Ene -Abr 22)					
	Promedio de compra mensual	Minimo	Máximo	Número de casos	Número de casos
VMuyBajo	85,98	0,03	275,40	28.229	65,56%
VBajo	771,39	275,41	2.327,66	11.252	26,13%
VMedio	4.933,15	2.327,68	12.200,17	2.380	5,53%
VAlto	21.168,26	12.200,18	41.222,86	447	1,04%
VmuyAlto	81.541,87	41.222,86 <		102	0,24%
ABA	15.542,67	0,50	488.900,00	651	1,51%
Total	1.178,46			43.061	

- En general, el promedio de compra mensual de total clientes disminuye 9,38% entre los dos períodos.
- Se observa una disminución de la cantidad de clientes en Volúmenes Muy Altos y un aumento de la cantidad de clientes clasificados como Volumen Muy Bajo y Volumen Bajo.
- Sin embargo, en todos los grupos (excluyendo Volumen Alto y ABA) se observa un aumento de los kilos promedios comprados.

Distribución de clientes por Agrupación Ene-Abr 22 vs May-Ago 22

	# de Clientes (Ene-Abr 22)		# de Clientes (May-Ago 22)		Volumen Compra				Promedio de compra Xcliente (Kg)		Promedio de compra Xcliente x mes(Kg)	
	Frecuencia	%	Frecuencia	%	Real Ene-Abr 2022	%	Real May-Ago 2022	%	Ene-Abr 2022	May-Ago 2022	Ene-Abr 2022	May-Ago 2022
VMuyBajo	28.229	65,6%	28.676	64,1%	9.708.946,4	4,8%	10.188.471,0	5,3%	343,9	355,3	86,0	88,8
VBajo	11.252	26,1%	12.161	27,2%	34.718.497,9	17,1%	37.869.345,3	19,8%	3.085,5	3.114,0	771,4	778,5
VMedio	2.380	5,5%	2.765	6,2%	46.963.581,9	23,1%	55.215.521,7	28,9%	19.732,6	19.969,4	4.933,1	4.992,4
VAlto	447	1,0%	440	1,0%	37.848.847,2	18,6%	35.761.313,0	18,7%	84.673,0	81.275,7	21.168,3	20.318,9
VmuyAlto	102	0,2%	72	0,2%	33.269.081,7	16,4%	23.785.070,0	12,4%	326.167,5	330.348,2	81.541,9	82.587,0
ABA	651	1,5%	634	1,4%	40.473.120,5	19,9%	28.315.194,9	14,8%	62.170,7	44.661,2	15.542,7	11.165,3
Total	43.061	100,0%	44.748	100,0%	202.982.075,6	100,0%	191.134.915,9	100,0%	4.722,4	4.271,4	1.180,6	1.067,8

Sin considerar ABA

	# de Clientes (Ene-Abr 22)		# de Clientes (May-Ago 22)		Volumen Compra				Promedio de compra Xcliente (Kg)		Promedio de compra Xcliente x mes(Kg)	
	Frecuencia	%	Frecuencia	%	Real Ene-Abr 2022	%	Real May-Ago 2022	%	Ene-Abr 2022	May-Ago 2022	Ene-Abr 2022	May-Ago 2022
VMuyBajo	28.229	66,6%	28.676	65,0%	9.708.946,4	6,0%	10.188.471,0	6,3%	343,9	355,3	86,0	88,8
VBajo	11.252	26,5%	12.161	27,6%	34.718.497,9	21,4%	37.869.345,3	23,3%	3.085,5	3.114,0	771,4	778,5
VMedio	2.380	5,6%	2.765	6,3%	46.963.581,9	28,9%	55.215.521,7	33,9%	19.732,6	19.969,4	4.933,1	4.992,4
VAlto	447	1,1%	440	1,0%	37.848.847,2	23,3%	35.761.313,0	22,0%	84.673,0	81.275,7	21.168,3	20.318,9
VmuyAlto	102	0,2%	72	0,2%	33.269.081,7	20,5%	23.785.070,0	14,6%	326.167,5	330.348,2	81.541,9	82.587,0
Total	42.410	100,0%	44.114	100,0%	162.508.955	100,0%	162.819.721	100,0%	3.831,9	3.690,9	958,0	922,7

Como se mencionó anteriormente, entre los dos períodos hubo un aumento de la cantidad de clientes en grupos volumétricos bajos, una disminución en los grupos de volumen alto y un aumento de los kilos promedio que se compran dentro de cada grupo, excepto en los clientes pertenecientes al grupo de Volumen Alto.

Movilidad de clientes por Agrupación Ene-Abr 22 vs May-Ago 22

	VMuyBajo		VBajo		Vmedio		VAlto		VMuyAlto		ABA		Total
ENE-ABR 22	28.229	65,56%	11.252	26,13%	2.380	5,53%	447	1,04%	102	0,24%	651	1,51%	43.061

MAY-AGO 2022	VMuyBajo	24.022	85,10%	1.475	13,11%	30	1,26%	5	1,12%	2	1,96%	0	0,00%	40.981
	VBajo	2.290	8,11%	8.955	79,59%	373	15,67%	20	4,47%	0	0,00%	0	0,00%	
	VMedio	41	0,15%	690	6,13%	1.818	76,39%	135	30,20%	2	1,96%	0	0,00%	
	VAlto	5	0,02%	8	0,07%	121	5,08%	261	58,39%	32	31,37%	0	0,00%	
	VmuyAlto	0	0,00%	0	0,00%	1	0,04%	14	3,13%	56	54,90%	0	0,00%	
	ABA	5	0,02%	3	0,03%	0	0,00%	0	0,00%	1	0,98%	616	94,62%	
	Cientes presentes SOLO en periodo Ene-Abr 22	1.866	89,71%	121	5,82%	37	1,78%	12	0,58%	9	0,43%	35	1,68%	
Cientes presentes SOLO en el periodo May-Ago 22	3.142	83,41%	523	13,88%	79	2,10%	13	0,35%	1	0,03%	9	0,24%	3.767	
													44.748	

* 40.981 Clientes compraron en ambos periodos .

** El total de clientes ABA está comprendido por los clientes que compraron al menos una vez productos ABA en may-ago 22 + clientes que fueron ABA en ene-abr 22

Tabla Resumen Segmentación Ene-Abr 22 vs May-Ago 22

	Cientes	%
Bajaron de tipo de agrupacion x vol	2.074	5,1%
Se mantuvieron en la misma agrupación x vol	35.663	87,0%
Subieron de agrupación x vol	3.170	7,7%
Pasaron a ser ABA	66	0,2%

- En términos de movilidad, al comparar la cantidad de clientes por grupo en el período ene-abr vs may-ago, se observa que en todos los grupos hubo una mayor movilidad hacia grupos de volumen inferior, por ejemplo, los que eran Volumen alto en ene-abr (447), 261 se mantuvieron, 14 subieron a volumen muy alto y 160 bajaron a grupos volumétricos inferiores.

Distribución del volumen por Jerarquía de cliente May-Ago 22

JERARQUIA	Vol. MuyBajo	Vol. Bajo	Vol. Medio	Vol. Alto	Vol. Muy Alto	ABA
ABASTOS	36,15%	52,36%	55,19%	35,45%	20,83%	6,78%
AG FESTEJOS/CATERING	0,02%	0,01%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%
AREPERAS	0,13%	0,15%	0,04%	0,00%	0,00%	0,00%
ARTSAN.DULCE.CRIOLLA	0,01%	0,01%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%
BARES	0,01%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%
BODEGAS	25,76%	23,31%	8,28%	3,41%	0,00%	2,05%
BODEGON/EXQUISITES	0,57%	0,44%	0,36%	0,00%	0,00%	0,16%
CADENA FARMAC/PERFUM	0,46%	1,48%	0,72%	0,23%	0,00%	0,00%
CADENA HIPERM/SUPERM	0,05%	0,86%	5,90%	16,82%	27,78%	0,00%
CADENAS DE HOTELES	0,01%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%
CADENAS DE RESTAURANTES	0,06%	0,01%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%
CANTINAS ESCOLARES	0,04%	0,01%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%
CARNICERIA/CHARCUTER	0,53%	0,60%	0,18%	0,23%	0,00%	0,00%
CASAS AGRICOLAS	0,58%	0,53%	0,36%	0,91%	0,00%	54,57%
CENTRO DE POSTRES	0,10%	0,01%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%
CENTRO PROD AGRO_PECUARIO	0,00%	0,01%	0,04%	0,00%	0,00%	3,79%
CENTRO VENTA PROCRIA	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	1,10%
CHARCUTERIAS	0,33%	0,33%	0,11%	0,23%	0,00%	0,00%
CLUB SOCIAL/DEPORT.	0,01%	0,03%	0,04%	0,00%	0,00%	0,00%
COMEDORES	0,09%	0,12%	0,04%	0,00%	0,00%	0,00%
COMEDORES INDEPENDIENTES	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%
COMIDA RÁPIDA	0,38%	0,13%	0,04%	0,00%	0,00%	0,00%
COMIDA RÁPIDA CADENAS	0,07%	0,04%	0,04%	0,23%	0,00%	0,00%
COOPERATIVAS	0,00%	0,00%	0,04%	0,23%	2,78%	0,00%
DISTR. BEB. NO ALCOH	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%
DISTR.DE CONGELADOS	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%
DISTRIBUIDOR	0,26%	0,37%	0,61%	0,45%	0,00%	1,58%

Distribución del volumen por Jerarquía de cliente May-Ago 22, cont...

JERARQUIA	Vol. MuyBajo	Vol. Bajo	Vol. Medio	Vol. Alto	Vol. Muy Alto	ABA
FARMACIAS	3,14%	1,13%	0,51%	0,68%	0,00%	0,32%
FRUTERIAS	0,14%	0,14%	0,04%	0,00%	0,00%	0,00%
FTE SODA/LUNCH/CAFET	2,21%	0,58%	0,04%	0,00%	0,00%	0,00%
HAMB/PERO CAL AMBLTE	0,05%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%
HELADERÍA RESTAURADORA	0,09%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%
HELADERÍAS	0,17%	0,16%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%
HIPERMERCADOS	0,00%	0,02%	0,07%	0,00%	0,00%	0,00%
HOTELES	0,13%	0,16%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%
INDUSTRIAL	0,13%	0,10%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%
INSTIT/PROGR.SOCIAL	0,01%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%
KIOSCO DE COMIDA	0,56%	0,26%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%
LICOR/FRIAXCAJA/DEPO	0,58%	0,35%	0,04%	0,00%	0,00%	0,00%
LINEA TRNSP/CATERING	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%
MAY/DIST/CASAS AGRIC	0,01%	0,01%	0,00%	0,00%	0,00%	10,73%
MAYOR CONFIT CIGARR	0,00%	0,01%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%
MAYOR GRANO-ESPECIE	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%
MAYORISTA	2,68%	3,87%	6,80%	14,32%	29,17%	3,94%
MERCADO TRABAJADORES	0,04%	0,13%	0,18%	0,00%	0,00%	0,00%
OTRAS CONVENIENCIAS	10,06%	0,52%	0,36%	0,68%	0,00%	0,00%
OTROS RESTAURADORES	0,03%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%
PANADERIA/PASTELERIA	8,60%	4,60%	0,33%	0,23%	0,00%	0,00%
PANIFICAD/GALLET.IND	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%
PESCADERÍAS	0,00%	0,03%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%
RESTAURANTES	4,17%	1,18%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%
SUPERMERCADOS	1,16%	5,58%	19,60%	25,91%	19,44%	0,16%
TIENDA CONVENIENCIA	0,09%	0,06%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%
TIENDAS DE MASCOTAS	0,29%	0,31%	0,07%	0,00%	0,00%	14,67%
USUARIO EN CTRO VTA	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,16%
Total	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%
Kgs Totales	10.188.471,02	37.869.345,26	55.215.521,70	35.761.313,01	23.785.070,00	28.315.194,89

Los grupos volumétricos bajos están conformados principalmente por Abastos y Bodegas mientras que los de volumen alto por Cadenas de Hipermercados/Supermercados y Mayoristas.

Distribución de clientes por grupo volumétrico. May-Ago 22

JERARQUIA	Vol. MuyBajo	Vol. Bajo	Vol. Medio	Vol. Alto	Vol. Muy Alto	ABA	Total	#Clientes	Kgs Totales
ABASTOS	56,1%	34,5%	8,3%	0,8%	0,1%	0,2%	100,0%	18.474	69.668.458,18
AG FESTEJOS/CATERING	83,3%	16,7%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	100,0%	6	8.074,16
AREPERAS	66,1%	32,1%	1,8%	0,0%	0,0%	0,0%	100,0%	56	64.343,62
ARTSAN.DULCE.CRIOLLA	75,0%	25,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	100,0%	4	5.963,08
BARES	100,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	100,0%	2	157,06
BODEGAS	70,5%	27,1%	2,2%	0,1%	0,0%	0,1%	100,0%	10.480	15.878.473,63
BODEGON/EXQUISITES	71,6%	23,6%	4,4%	0,0%	0,0%	0,4%	100,0%	229	357.301,02
CADENA FARMAC/PERFUM	39,5%	54,2%	6,0%	0,3%	0,0%	0,0%	100,0%	332	1.073.897,66
CADENA HIPERM/SUPERM	3,5%	28,0%	43,5%	19,7%	5,3%	0,0%	100,0%	375	18.907.632,30
CADENAS DE HOTELES	100,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	100,0%	2	1.605,34
CADENAS DE RESTAURANTES	94,7%	5,3%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	100,0%	19	4.469,70
CANTINAS ESCOLARES	91,7%	8,3%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	100,0%	12	7.417,37
CARNICERIA/CHARCUTER	65,9%	31,5%	2,2%	0,4%	0,0%	0,0%	100,0%	232	419.004,91
CASAS AGRICOLAS	28,1%	10,8%	1,7%	0,7%	0,0%	58,6%	100,0%	590	17.239.062,21
CENTRO DE POSTRES	96,6%	3,4%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	100,0%	29	9.230,79
CENTRO PROD AGRO_PECUARIO	3,7%	3,7%	3,7%	0,0%	0,0%	88,9%	100,0%	27	1.241.520,00
CENTRO VENTA PROCRIA	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	100,0%	100,0%	7	691.352,00
CHARCUTERIAS	68,6%	28,6%	2,1%	0,7%	0,0%	0,0%	100,0%	140	260.169,56
CLUB SOCIAL/DEPORT.	28,6%	57,1%	14,3%	0,0%	0,0%	0,0%	100,0%	7	21.960,82
COMEDORES	64,3%	33,3%	2,4%	0,0%	0,0%	0,0%	100,0%	42	59.837,38
COMEDORES INDEPENDIENTES	100,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	100,0%	1	146,96
COMIDA RÁPIDA	86,6%	12,6%	0,8%	0,0%	0,0%	0,0%	100,0%	127	75.974,91
COMIDA RÁPIDA CADENAS	74,1%	18,5%	3,7%	3,7%	0,0%	0,0%	100,0%	27	150.993,62
COOPERATIVAS	0,0%	0,0%	25,0%	25,0%	50,0%	0,0%	100,0%	4	1.293.551,61
DISTR. BEB. NO ALCOH	100,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	100,0%	1	234,95
DISTR.DE CONGELADOS	100,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	100,0%	1	149,92
DISTRIBUIDOR	50,3%	30,2%	11,4%	1,3%	0,0%	6,7%	100,0%	149	1.234.156,82

Distribución de clientes por grupo volumétrico. May-Ago 22, cont...

JERARQUIA	Vol. MuyBajo	Vol. Bajo	Vol. Medio	Vol. Alto	Vol. Muy Alto	ABA	Total	#Clientes	Kgs Totales
FARMACIAS	85,1%	13,1%	1,3%	0,3%	0,0%	0,2%	100,0%	1.056	1.140.894,08
FRUTERIAS	69,5%	28,8%	1,7%	0,0%	0,0%	0,0%	100,0%	59	85.214,23
FTE SODALUNCH/CAFET	89,8%	10,1%	0,1%	0,0%	0,0%	0,0%	100,0%	706	353.361,84
HAMB/PERO CAL AMBLTE	100,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	100,0%	13	3.141,64
HELADERÍA RESTAURADORA	100,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	100,0%	26	2.251,22
HELADERÍAS	72,5%	27,5%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	100,0%	69	60.775,92
HIPERMERCADOS	20,0%	40,0%	40,0%	0,0%	0,0%	0,0%	100,0%	5	58.865,52
HOTELES	66,7%	33,3%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	100,0%	57	71.073,20
INDUSTRIAL	76,0%	24,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	100,0%	50	40.534,72
INSTIT/PROGR.SOCIAL	100,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	100,0%	4	2.203,93
KIOSCO DE COMIDA	83,4%	16,6%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	100,0%	193	115.299,88
LICOR/FRIAXCAJA/DEPO	79,4%	20,1%	0,5%	0,0%	0,0%	0,0%	100,0%	209	161.583,10
LINEA TRNSP/CATERING	100,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	100,0%	1	52,74
MAY/DIST/CASAS AGRIC	4,2%	1,4%	0,0%	0,0%	0,0%	94,4%	100,0%	72	6.140.982,65
MAYOR CONFIT CIGARR	50,0%	50,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	100,0%	2	1.833,87
MAYOR GRANO-ESPECIE	100,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	100,0%	1	78,00
MAYORISTA	50,0%	30,6%	12,2%	4,1%	1,4%	1,6%	100,0%	1.537	21.873.632,96
MERCADO TRABAJADORES	36,4%	48,5%	15,2%	0,0%	0,0%	0,0%	100,0%	33	150.462,42
OTRAS CONVENIENCIAS	97,4%	2,1%	0,3%	0,1%	0,0%	0,0%	100,0%	2.961	866.472,29
OTROS RESTAURADORES	100,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	100,0%	9	993,00
PANADERIA/PASTELERIA	81,2%	18,4%	0,3%	0,0%	0,0%	0,0%	100,0%	3.036	2.431.935,54
PANIFICAD/GALLET.IND	100,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	100,0%	1	851,46
PESCADERÍAS	0,0%	100,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	100,0%	4	5.943,18
RESTAURANTES	89,3%	10,7%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	100,0%	1.339	633.925,35
SUPERMERCADOS	19,8%	40,3%	32,2%	6,8%	0,8%	0,1%	100,0%	1.681	27.564.723,74
TIENDA CONVENIENCIA	78,1%	21,9%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	100,0%	32	20.309,45
TIENDAS DE MASCOTAS	38,4%	17,6%	0,9%	0,0%	0,0%	43,1%	100,0%	216	641.820,39
USUARIO EN CTRO VTA	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	100,0%	100,0%	1	30.560,00
								44.748	191.134.915,88

Por Jerarquía de cliente destaca el hecho de que la mayoría se ubica en los segmentos de volumen bajo, sólo Cadenas de Hipermercados/Supermercados, Mayoristas, Cooperativas y algunos Supermercados se encuentran en el grupo de volumen muy alto

Consistencia may-ago por segmento volumétrico

	VMuyBajo	VBajo	VMedio	VAlto	VmuyAlto	ABA
Aceite	0,41	1,10	1,70	1,99	2,14	0,08
Arroz	1,13	2,27	2,78	2,74	2,51	0,17
Atunes	1,23	2,51	3,08	3,04	2,90	0,19
Avenas	1,08	2,73	3,49	3,52	3,42	0,17
Aves	0,00	0,00	0,01	0,02	0,00	1,08
Bebidas Instantaneas	0,71	1,79	2,43	2,39	2,50	0,08
Cachapas	0,31	1,06	1,77	2,06	2,28	0,05
Cerdos	0,00	0,00	0,01	0,02	0,00	1,31
Cereales infantiles	0,49	1,92	3,00	3,00	2,78	0,09
Detergentes	2,11	3,20	3,61	3,53	3,43	0,41
Equinos	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,48
Helados familiares	0,03	0,10	0,24	0,60	0,51	0,02
Galletas	0,59	1,36	1,66	1,88	1,88	0,08
Gelatinas	0,30	1,21	2,09	2,38	2,17	0,08
HPM	2,56	3,79	3,88	3,83	4,00	0,30
Helados Institucionales	0,02	0,02	0,01	0,03	0,00	0,00
Jabones en panela	1,80	3,10	3,66	3,62	3,44	0,30
Ketchup	1,92	3,45	3,81	3,78	3,63	0,24
Leguminosas	0,15	0,35	0,52	0,66	0,76	0,03
Lavaplatos	0,22	0,75	1,41	1,56	1,40	0,09
Limpiadores	0,68	1,56	2,30	2,53	2,19	0,24
Margarinas	2,57	3,73	3,90	3,90	3,88	0,29
Mayonesas	2,49	3,69	3,88	3,85	3,68	0,29
Modificadores lacteos achocolatados	0,97	2,64	3,46	3,52	3,47	0,18
Multiusos	0,92	1,96	2,64	2,72	2,40	0,19
Oleinas	0,27	0,56	0,79	0,89	1,13	0,04
Pasapalos congelados	0,00	0,00	0,02	0,05	0,01	0,00
Pastas	1,29	2,65	3,16	3,12	3,11	0,18
Pepitonas	0,39	1,26	2,09	2,43	2,13	0,05
Perros	0,42	1,35	2,13	2,33	2,33	2,68
Pescados	0,23	0,72	1,27	1,55	1,51	0,06
Pudín	0,37	0,99	1,45	1,80	1,74	0,06
Quesos	1,48	3,07	3,65	3,63	3,61	0,18
Sardinas	0,51	1,34	1,87	1,90	2,07	0,09
Suavizantes	0,35	1,02	1,78	2,07	1,90	0,11
Untables dulces	0,10	0,48	1,08	1,33	1,42	0,03
Vacunos	0,00	0,00	0,00	0,02	0,00	1,30
Vinagres	0,81	2,16	3,14	3,15	2,93	0,12
Yogurt	0,35	1,12	1,67	2,07	1,82	0,07

- En general, se observa que los clientes de los segmentos de volúmenes altos son mas consistentes en la compra de todas las categoría.
- Harina Precocida de Maíz es la única categoría que los clientes del grupo de volumen Muy Alto compraron todos los meses del período may-ago. Margarina y Mayonesa ocupan el segundo y tercer lugar de las categorías compradas con mayor consistencia en este grupo de volumen.

% de clientes que compraron la categoría todos los meses del período

	Ene-abr	May-ago	
Aceite	8,5%	1,2%	↓
Arroz	14,2%	16,4%	↑
Atunes	14,7%	18,3%	↑
Avenas	21,0%	20,2%	↓
Aves	0,2%	0,2%	
Bebidas Inastantaneas	11,0%	8,1%	↓
Cachapas	4,1%	1,6%	↓
Cerdos	0,3%	0,3%	
Cereales infantiles	10,5%	10,1%	↓
Detergentes	33,8%	40,7%	↑
Equinos	0,0%	0,1%	↑
Helados familiares	1,3%	1,3%	
Galletas	5,9%	6,3%	↑
Gelatinas	3,7%	3,9%	↑
HPM	50,5%	57,7%	↑
Helados Institucionales	0,3%	0,3%	
Jabones en panela	26,3%	33,2%	↑
Ketchup	35,5%	39,1%	↑
Leguminosas	0,0%	0,1%	↑
Lavaplatos	2,0%	1,8%	↓
Limpiadores	7,1%	8,4%	↑
Margarina	54,0%	57,2%	↑
Mayonesas	52,4%	54,0%	↑
Modificadores lacteos achocolatados	13,9%	18,4%	↑
Multisusos	9,1%	10,1%	↑
Oleinas	0,1%	1,3%	↑
Pasapalos congelados	-	0,0%	
Pastas	19,6%	22,2%	↑
Pepitonas	3,5%	3,1%	↓
Perros	9,3%	9,9%	↑
Pescados	1,9%	2,0%	↑
Pudín	0,0%	1,6%	↑
Quesos	19,7%	26,7%	↑
Sardinas	18,2%	0,1%	↓
Suavizantes	2,9%	3,1%	↑
Untables dulces	0,8%	0,8%	
Vacunos	0,4%	0,2%	↓
Vinagres	10,6%	12,4%	↑
Yogurt	4,9%	5,9%	↑

- Al comparar ambos períodos, en la mayoría de las categorías se observa un aumento en el porcentaje de clientes que las compraron todos los meses (4 veces en el cuatrimestre)
- En estos aumentos destacan las categorías de Harina Precocida de Maíz, Detergentes y Quesos.
- Por otro lado, se observa una caída importante en la consistencia de la compra de Aceite y Sardinas.

